Política e mídia: enredos e personagens da transição democrática brasileira

REJANE VASCONCELOS ACCIOLY CARVALHO(*)

A "abertura" política brasileira (década de 1980) com o retorno das eleições diretas para cargos majoritários do poder executivo - âmbitos federal, estadual e municipal - foi marcada por uma complexa trama simbólica em que os protagonistas dos enredos tecidos transitaram do âmbito dos bastidores políticos para ganhar as ruas em grandes mobilizações populares, impondo-se ao campo da visibilidade midiática.

O objetivo central deste texto é tentar recompor enredos e cenários da Transição Democrática Brasileira tal como tematizados e semantizados nas capas e matérias de revistas semanais de circulação nacional de janeiro de 1984 a novembro de 1986, destacando os seguintes " acontecimentos":[1] *A Campanha das Diretas Já*: passeatas e comícios que ocorrem entre janeiro a 25 de março de 1984, data de votação no Congresso Nacional da emenda Dante de Oliveira que restabelecia as eleições diretas para a sucessão do presidente General João Batista Figueredo; A *sucessão presidencial* do General Figueredo, destacando os processos midiáticos de conversão das eleições indiretas no Colégio Eleitoral em um versão peculiar de "eleições diretas", à medida que o povo foi convocado a participar posicionando-se face às candidaturas apresentadas com a construção de imagens míticas da política que encarnavam as "forças do bem" (a candidatura de Tancredo Ne-

(*) Sócia Efetiva do Instituto do Ceará.

[1] As matérias tematizadas nas capas editoriais e que ocupam o espaço das primeiras páginas das revistas são uma forma de organizá-las em uma hierarquia que faz parte do que os especialistas denominam de "economia interna" de cada veículo.

ves) e as "forças do mal" (Paulo Maluf); *A ritualização midiática da paixão e morte de Tancredo Neves*, herói e mártir da democracia ; *As mutações nas imagens de Sarney:* de presidente "ghost" a fundador da Era Cruzado.

A seleção dos "acontecimentos" obedeceu ao critério de lugar ocupado na hierarquia das notícias dos semanários, oferecendo elementos para a discussão da hipótese de que o conjunto de imagens e significados construídos sobre a política são variações de um mesmo tema: a *mudança* anunciada e desejada; a frustração pelas *mudanças;* a astúcia das articulações políticas que trabalham pragmaticamente pelas *mudanças* possíveis.

A alternância dos ciclos de esperança e desesperança de que *o país vai mudar*, marcam os cenários das duas eleições diretas para as prefeituras das capitais em 1985 e governos estaduais em 1986.

A campanha das "Diretas Já": o povo como personagem da política

Em janeiro de 1984 os planos de abertura política tutelada são atropelados pelo início da campanha das **Diretas Já**. A estratégia cuidadosamente estabelecida para sucessão do General Figueredo na presidência da República incluía a "eleição" de um candidato civil oriundo das hostes do PDS, efetivada em um *Colégio Eleitoral* cujas regras de composição garantiriam a maioria do partido governista.[2]

A campanha das *Diretas Já* tinha por referência a emenda da constituição proposta por um até então desconhecido deputado de Mato Grosso, Dante de Oliveira, que estabelecia o retorno do processo de eleição direta para presidente ao término do mandato do general Figueredo.

[2] As regras fixadas casuisticamente na legislação eleitoral pré-eleição de 1982 davam ao Colégio Eleitoral que iria eleger indiretamente em janeiro de 1985 o sucessor do presidente Figueredo a seguinte composição: deputados federais em 1982; senadores eleitos e "biônicos"; além de uma representação dos deputados estaduais.

A votação da emenda no Congresso Nacional marcada para 25 de abril, tornava os parlamentares alvos explícitos da mobilização popular, que se esperava atuasse como força de pressão sobre as decisões de voto dos parlamentares.

Convocado pela frente de oposição ao regime militar (que incluía o PMDB; o PT; agremiações de esquerda; lideranças de movimentos sociais e associações civis e de classe), o povo responde ao chamado e ocupa ruidosamente praças e ruas em manifestações públicas que assumem o formato de "show", ajustando-se aos protocolos das encenações midiáticas.

As passeatas e comícios ganhavam ares de "guerra festiva" incluindo: a combinação de palavras de ordem com *slogans* (*Diretas Já!; Quero votar pra presidente*); a presença de um animador oficial das diretas, o locutor e comentarista esportivo da TV Globo Osmar Santos; a partilha do palco entre políticos e artistas; a utilização de cores (o amarelo como cor padrão) e dos símbolos nacionais (o hino e a bandeira) etc.

O grande *astro* porém era o próprio povo que se inseria nos novos rituais da visibilidade midiática, vestindo as cores da bandeira nacional, portando *slogans* em camisetas, desenvolvendo coreografias, deixando-se contar em estimativas quase sempre desencontradas.

A cobertura da campanha das *Diretas Já* feita pela mídia, inicialmente cautelosa, torna-se ostensiva. O primeiro grande comício, em 12 de janeiro de 1984, realizado em Curitiba, com a presença estimada em 50 mil pessoas, foi objeto de poucas notas na imprensa e praticamente sem registro nos noticiários da TV.

Somente a partir do comício de 25 de janeiro em São Paulo, a *Campanha das Diretas* é definitivamente pautada pela mídia na *agenda política nacional*, com todos os eventos e desdobramentos apresentados como capítulos de um enredo político cujo desfecho, com data marcada, o país inteiro podia acompanhar torcendo pelos que protagonizavam os heróis e exorcizando os mostrados como vilões.

Restrinjo-me à cobertura das *Diretas* realizada em revistas semanais de circulação nacional com o objetivo de ilustrar o pro-

cesso extremamente intenso de re-significação da política que se opera nesse curto período.

A Campanha das Diretas será tema de capa de sete números da ISTOÉ no intervalo entre 1º de fevereiro e 2 de maio de 1984 e ocupará invariavelmente o "espaço nobre" da revista (o primeiro terço das páginas) sob forma de editoriais, reportagens, e das duas principais colunas, *A Semana do Castello* (assinada pelo mais respeitado comentarista político da época, Carlos Castello Branco) e *Opinião* (assinada no período mencionado por dois ilustres colunistas políticos, Fernando Pedreira e Francisco Weffort)

Comícios e Passeatas: as festas cívicas

A cobertura das *Diretas* assume um tom epopéico, atribuindo à política um conteúdo simbólico positivo, contrastante com as imagens negativas que predominam na cultura política brasileira erudita e popular.

A inversão do conteúdo simbólico é operado de modo especial pelo registro da presença do povo na política que se efetiva nas ruas e praças.

Há uma oposição implícita entre a *política dos bastidores,* que mantém o sinal negativo do complô palaciano e a *política das ruas,* reproduzindo a polaridade mítica *trevas X luzes.*

Votar para presidente torna-se a palavra de ordem e o gesto sígnico de um novo tempo que de um certo modo é antecipado pela própria campanha das *Diretas Já.*

A "atmosfera" de expectativa esperançosa na mudança marca o Cenário de Representação da Política e pressupõe a cumplicidade de *leitor idealizado* que compartilharia com o enunciador os mesmos sentimentos e posições políticas.

O número 371 da revista ISTOÉ (01/02/1984) traz na capa uma foto aérea do comício pelas Diretas realizado na Praça da Sé em São Paulo.

A tomada do alto oferece ao leitor uma visão da dimensão grandiosa do evento: focaliza ao fundo o palanque armado em frente à Igreja da Sé e em primeiro plano a multidão que ocupa

panoramicamente todos os espaços. Sugere uma *imagem fragmento* de um todo impossível de ser captado nos limites de ângulo da câmara e que *transborda* para além das margens do papel. O local e a data do evento aparecem como *anotações* no canto superior da página, "Praça da Sé, São Paulo, 15/01/1984", recurso utilizado para imprimir à foto o estatuto de registro documental.

No "guia" ou "mapa" oferecido ao leitor para percorrer o terreno da revista, resumos explicativos dos temas-destaque. A capa é articulada ao título da matéria que lhe dá origem *O Gigante Enfim Desperta.*

A metáfora *gigante*, extraída da letra do hino nacional, não deixa dúvidas de que se trata do *Brasil* - este é também o "selo" que classifica as matérias sobre as *Diretas* a partir daquela data. A imagem evocada aparece no entanto invertida: não o *gigante adormecido em berço esplêndido* mas sim o *gigante desperto, em vigília cívica.*

O texto resumo da capa e matéria mencionadas realça o sentido de sinalização de novos rumos para a política :

Comício monstro da Praça da Sé em São Paulo arrastou 250 mil pessoas, assustou o governo, sacudiu o país e deu novo vigor à Campanha das Diretas.

O título do editorial do mesmo número da revista aponta que o fato novo que muda o cenário da política é a presença do povo nas ruas como avalista das eleições diretas: "*Pelo Aval da Sociedade*".

A *janela*[3] (incorporada à matéria *O Gigante que Desperta),* propõe no próprio título, *Sonho e lembrança na longa viagem,* o cruzamento entre os trajetos do povo e dos políticos nos sonhos e lembranças sobre a democracia em nosso país. O texto é uma composição alegórica dos preparativos de "viagem" de diferentes personagens para o comício da Praça da Sé: pessoas comuns eleva-

[3] O termo "janela" é utilizado para nomear o recurso de enriquecer uma matéria com textos complementares que circundados por uma linha sinalizam para sua autonomia, ou seja, comportam um leitura que quebra a seqüência da matéria.

das à condição de protagonistas do enredo (Natália Macedo dos Santos, 17 anos e o seu namorado, o niquelador Paulo Joaquim Neto, 40 anos, o metalúrgico Hugo do Carmo) e os políticos notáveis da oposição (o governador de São Paulo, Franco Montoro, o presidente do PMDB, Ulisses Guimarães, o lendário Leonel Brizola).

A Praça da Sé não é apenas um lugar na geografia da cidade, mas um lugar que aciona a geografia da memória social e política materializada nos relatos dos personagens: assume a condição de ponto de chegada simbólico das lembranças e sonhos de democracia de cada um. O metalúrgico Hugo do Carmo esforça-se para lembrar e contar aos companheiros do vagão de trem, sobre a última vez que votou para presidente:

Foi em 1960...mas a memória falhou e ele só conseguiu oferecer aos amigos uma vaga idéia do uso que dera ao título de eleitor.

A dimensão popular das Diretas é realçada nas imagens legendadas do povo-peregrino:

Eleitores de São José dos Campos: 100 km a pé.

O papagaio da sorte também pelas diretas.

O título de uma outra janela insere o Comício da Sé no contexto das grandes mobilizações populares da história política brasileira.

À volta dos grandes atos: povo na rua ajuda a história do país

Para o leitor sinalizações sobre os próximos capítulos das Diretas Já:

Um quarto de milhão de brasileiros na praça com efeito configurou um vigoroso desafio para os governadores Leonel Brizzola e Tancredo Neves, responsáveis pelos próximos passos importantes da campanha no Rio e em Belo Horizonte.

A capa do semanário de 29 de fevereiro que tem como tema o comício das diretas em Belo Horizonte traz a fotografia do governador de Minas, Tancredo Neves, realçando o seu papel na organização do evento no texto legenda:

O Cacife de Tancredo: as diretas chegam a Minas.

O título da matéria que descreve o acontecimento destaca *quem* foi o responsável pelo seu sucesso: *A grande festa mineira pelo voto,*:

Tancredo põe mais de 200 mil na rua, num lance do jogo da sucessão que vai esquentar em abril.

A imagem de um Tancredo moderador é oferecida através dos próprios dispositivos enunciativos de descrição da festa: um acordo entre Tancredo e o presidente do PC do B garantiu a assepsia política do ambiente:

As bandeiras do PC do B deveriam ser suficientemente pequenas para que não se destacassem nas fotografias a serem exibidas em todo o país.

A *festa cívica* conduz a conjecturas sobre intenções e projetos políticos de Tancredo:

Tancredo queria uma festa (alusão implícita aos que queriam a guerra).

O governador de Minas, como de resto todos os comandantes oposicionistas, não alimenta grandes esperanças no sucesso dessa empreitada (aprovar no Congresso a emenda Dante de Oliveira).

É como se a sucessão começasse realmente em abril e é para enfrentá-la que Tancredo vai reforçando o seu cacife político.

A cobertura do carnaval de 1984 torna-se álibi para um outro discurso sobre a política, a que é falada pelo povo nas ruas.

A marca popular da Campanha das Diretas é reforçada na confluência com outra festa, o carnaval. Os ícones da brasilidade, o samba, o humor; a ginga, são invocados para confirmar "*que o país falou*"[4]

A capa da ISTOÉ de 14/03/84 traz a foto de um grande carro alegórico de escola de samba desfilando na avenida portando a faixa *Diretas Já. O Povo Acredita*, confirmada nos títulos das matérias:

Alegria: diretas, já (editorial de 14/03).

[4] O comício do Rio de Janeiro assinalou a mudança de posição da Globo, que passa a realizar uma cobertura da Campanha das Diretas com o chamado "padrão de qualidade global".

Brasil - Sedutora Folia Democrática: a campanha pelas diretas contorna a crise e o rancor e leva esperança às ruas (reportagem com o selo Brasil, 14/03).

O Corrosivo Humor da Campanha (referência às frases de sátira ao governo e de defesa das Diretas nas camisetas dos foliões e nas letras das músicas de carnaval).

O tema de capa da ISTOÉ de 19 de abril, o comício do Rio de Janeiro, retoma o padrão da foto aérea (a data e local do evento anotados no canto da página), como "prova viva" da grandiosidade do evento.

Metonimicamente toma-se à parte (Rio de Janeiro) pelo todo, o país, ressaltando assim a dimensão nacional da *Campanha das Diretas.*

O Rio Falou Pelo Brasil Inteiro - Num colossal ato de política e prazer, 1 milhão de pessoas pró-diretas no Rio fazem a história andar.

A ISTOÉ de 2 de maio traz com a matéria "O Vigor das Ruas" uma espécie de relato compacto de todas as manifestações populares pelas Diretas Já, cujo desfecho com a rejeição da emenda Dante de Oliveira não é considerado definitivo, mas o recomeço da luta embalado por uma mensagem de esperança:

A frustração é grande, mas a campanha parece ter estocado forças para continuar.

Diretas: a construção de personagens

No curso das narrativas sobre as *Diretas Já* emergem e são modelados vários personagens.

O PMDB, partido-frente das oposições, ganha o papel de *comandante das diretas.*

Os governadores dos três mais importantes Estados do país (São Paulo; Rio de Janeiro e Minas Gerais) são reconhecidos como os organizadores dos grandes eventos da campanha e projetados como presidenciáveis.

A esquerda é mostrada como coadjuvante, espécie de *tropa de choque,* por vezes incômoda, quando identificada com *a zona*

de risco que poderia turvar o horizonte das diretas que, em última instância, só se manteria promissor caso dele fossem afastadas as nuvens de quaisquer "*excessos*".

Os *presidenciáveis das diretas* eram assim os que encarnavam o desejo popular de liberdade política respeitados porém os limites das soluções institucionais, cuja referência maior era a Reforma da Constituição.

A imagem de *Ulisses Guimarães* ganha matizes de esquerda que o desqualificavam para as manobras mais sutis de combinação entre o "rumor das ruas" e as imposições de negociação com o governo:

Ulisses, cada vez mais empolgado com o seu samba de uma nota só que anda a executar nas praças públicas em parceria com o seu mais recente aliado, o presidente do PT, Luís Inácio Lula da Silva (ISTOÉ, 22/02/84).

A capa da ISTOÉ de 29 de fevereiro é exemplar na construção do personagem *Tancredo Neves* como o "grande jogador", o que conhece os meandros da política e é por isto capaz de antecipar os lances futuros. A foto é quase uma *charge auto falante* cuja decifração dispensa qualquer esforço: o olhar arguto da grande "sacada" que o põe em vantagem face aos parceiros; os dedos na testa, gesto sígnico do *eureka* ou *insight* ... A legenda complementa o sentido já oferecido: *O Cacife de Tancredo - As Diretas Chegam a Minas.*

Participar da campanha das diretas era antecipar o seu lugar de personagem central, não no *script* dos embates frontais com as hostes governamentais, mas em um outro, o da negociação. Ele condensa a imagem política da *mineirice matreira*, da sagacidade que conjuga força e habilidade...

Tancredo é o personagem da capa tanto pela demonstração de força na organização do comício das diretas, como pelas fichas que está juntando para o momento em que os efeitos da campanha começarem a pesar no equilíbrio interno dos partidos e nas futuras convenções para escolha dos candidatos a presidente.

A *janela Antologia de Habilidades* acrescenta os condimentos que confirmam a *mineirice* de Tancredo: *Histórias de incansáveis negociações, oportunas gentilezas e muito bom humor.*

O enredo paralelo das *Diretas*, expõe ao leitor os bastidores das disputas dos presidenciáveis do Colégio Eleitoral, de onde emergem tipos bem distintos de personagens:

Maluf é satanizado como o vilão trapaceiro que em uma inescrupulosa busca do poder usa dos artifícios mais escusos, das chantagens às negociatas, para conquistar votos na Convenção do PDS. Para a designação sintética da *face suja* da política são incorporados novos termos: o verbo *malufar* e o adjetivo, *malufista.*

Parece pouco provável que o Congresso Nacional, carcomido pelo cupim do malufismo *e do* negocismo *altere as regras vigentes* (ISTOÉ, 01/02/84).

Aureliano Chaves é, ao contrário, o personagem mediador, o que transita entre as *sombras* do governo e a *luz* das ruas. Sua marca é a ambigüidade: como vice-presidente integra o núcleo do poder; como presidenciável é o *anjo rebelde* do PDS que declara o seu apoio às eleições diretas para presidente. Identifica-se com o gesto mítico de Prometeu que rouba o fogo do céu para oferecê-lo aos homens.[5]

Tal como Prometeu, a ele importaria o cumprimento de uma missão, mesmo sem a esperança de alcançar a vitória:

Apenas me interessa fazer o que devo fazer. Cumprir o meu dever, mesmo que o meu dever não redunde em sucesso (Palavras de Aureliano, publicadas na ISTOÉ de 29/02/84).

Figueredo é apresentado aos leitores como o *presidente imprevisível.* Ele, que segundo a tradição dos governos militares deveria comandar a sucessão, a todos confundia com seus gestos intempestivos: da África, emite a opinião, veiculada com estardalhaço nos noticiários nacionais, de que ele também apoiava

[5] Braga, Humberto; "Os quatro grandes mitos humanos", in Mitos e Arquétipos do Homem Contemporâneo; ed. Vozes, RJ, 1996;

as diretas, contraditada a seguir como a afirmação de que a campanha das diretas era uma provocação que seria enfrentada com as *medidas de emergência* sob a *mão de ferro* do General Newton Cruz.

É imprevisível o próximo passo do presidente Figueredo em matéria de sucessão presidencial. Não se pode prever o que ele dirá e muito menos o que ele fará (Semana do Castelo), ISTOÉ, 29/04/1984).

A Política palaciana: os bastidores das indiretas

Os títulos das matérias sobre as *eleições indiretas*, conduzem o leitor da claridade das praças, lugares de encontro entre o povo e os políticos de oposição, para os ambientes fechados, onde as tramas contra as diretas são tecidas.

Negócio fechado...

Tiroteio cerrado - Andreazza golpeia, Aureliano vai a luta.

Guerra às diretas - militares querem derrotar a emenda no congresso. A ele, o leitor, se oferece a *cobertura* da *guerra suja, das negociatas, das intrigas* entre os presidenciáveis do PDS.

A mídia invoca para si a função de neutralizar a ação dos inimigos ao identificá-los, localizá-los, expondo os seus planos secretos...

Quem são os inimigos?

- *O governo:* capa da ISTOÉ de 22/02/84: Retrato do presidente Figueredo e manchete: *O Governo Declara Guerra às Diretas.*
- *Os presidenciáveis,* que disputam o único *round* que consideram decisivo, a indicação do candidato do PDS na sua Convenção.
- *Os militares linhas-duras: Militares querem derrotar a emenda pró-diretas no Congresso e acabar com a campanha nas ruas.*
- *O PDS, surdo ao clamor das ruas.*

As manobras dos inimigos das diretas são apontadas em manchetes:

Negócio fechado: o cheque em branco dado por Golbery a Maluf.

O Planalto avança para garantir as indiretas em 85.

O pacto firmado entre Antônio Carlos Magalhães e Figueredo para apoiar na convenção do PDS a candidatura de Andreazza.

Segundo a legislação em vigor o jogo será decidido entre quatro paredes, num Colégio Eleitoral fechado e previamente ajeitado ao gosto do time oficial.

A discórdia nas hostes adversárias, semeada pelo rumor das ruas, sinaliza para o impasse e abre espaço para os dissidentes do PDS que irão posteriormente compor a Frente Liberal.

Entre Abrir e Fechar é o título da coluna *A Semana do Castelo* de 29/02/84 que diagnostica os efeitos do rumor das ruas inoculando no corpo de inimigo o impasse e o dissenso que poderão derrotá-lo...

A antecipação do desfecho: o caminho da negociação

A capa da ISTOÉ que chega às bancas na data de votação da Emenda Dante de Oliveira, 25 de abril de 1984, traz uma manchete que aponta para o momento de clímax ou desfecho do enredo das diretas que vinha sendo desenrolado semanalmente em suas páginas desde o início de fevereiro: *A Hora da Decisão*

Os títulos das principais matérias entretanto apontam para a direção oposta.

Somente após o *Dia D*, que apenas formalizaria a derrota que a mídia antecipadamente sentenciara, teria início os lances decisivos da sucessão presidencial com a abertura explícita das negociações envolvendo de modo especial os políticos da oposição (excluídos o PT e o sindicalismo congregado na CUT) e a dissidência do PDS, encabeçada pelo vice-presidente Aureliano Chaves.

A semana do Castelo: Impasse à vista

O Encontro das Águas (editorial).

O governo teme a votação no Congresso, reagrupa suas forças e reabre a questão sucessória (subtítulo da matéria *Emergência contra as diretas já*).

"Resolvido o contencioso da Emenda Dante de Oliveira, o dilema será: aprovar a emenda do governo[6] *ou escolher entre Maluf e Mário Andreazza no Colégio Eleitoral"*

Predomina o tom de exortação ao equilíbrio:

Há um duro vale a ser atravessado pelas lideranças responsáveis.

Fechado o ciclo da *Campanha das Diretas Já*, a esperança é cuidadosamente transferida para um outro campo de luta tal como vaticinado na capa do primeiro. número do semanário, após a derrota no Congresso da Emenda Dante de Oliveira: *A Luta Continua*.

A derrota da Campanha das Diretas é relativizada, minimizada em um anúncio profético:

O país sabe que vai votar logo(...) como todo mundo sabe que a sucessão já mudou profundamente desde que as ruas se encheram de gente disposta a se manifestar contra as indiretas. (Isto É, 02/05/84).

A campanha presidencial de 1984: a metamorfose das indiretas em diretas virtuais

Vou disputar a presidência numa campanha nacional, popular e civilista. Rui Barbosa fez isto, perdeu a eleição mas ficou na memória do povo (Tancredo Neves, ISTOÉ, 11/7/84).

A capa da ISTOÉ de 11 de setembro de 1984 é ilustrativa de um dos dispositivos enunciativos que converteram a sucessão pre-

[6] O Governo envia ao Congresso Emenda Constitucional cuidadosamente preparada pelo representante da ala liberal do governo, o chefe da Casa Civil Leitão de Abreu, que incorporava várias das demandas do PMDB, incluindo eleições diretas para as capitais em 85 e presidenciais em 1988.

sidencial no Colégio Eleitoral em uma versão peculiar de campanha eleitoral direta:

O texto visual é uma charge de Tancredo e Maluf, ambos com pistolas em punho em posição de duelo. A legenda assinala a expectativa sobre o resultado da disputa: *Tancredo X Maluf - Balanço no Colégio Eleitoral.*

A junção de imagem e legenda sinaliza ao destinatário que a campanha existe, a disputa é real, e que é preciso acompanhá-la em todos os seus lances até o desfecho final.

A matéria *As Quatro Operações* responde *quem tem o que no Colégio Eleitoral,* ressaltando que as divergências no interior do PDS poderiam alterar o resultado das contas a favor do candidato do PMDB, Tancredo Neves.

O editorial de 8 de agosto reafirma a dimensão competitiva da campanha: *a batalha é para valer.*

Há praticamente meio século que não vivemos uma batalha para valer a respeito da condução dos negócios públicos. A que temos agora diante dos olhos, pode não ser a melhor até mesmo porque dela só participam os 686 parlamentares do Colégio indireto. Mas, como é a primeira depois de um longo interregno militar há um compreensivo interesse dos espectadores pelo estilo dos candidatos.

A polarização entre candidaturas é outro dispositivo das campanhas diretas que empresta realismo às "diretas virtuais". O tema central é condensado no texto legenda da capa da ISTOÉ de 8/8/84: *Sucessão, hora da mudança.*

A disputa é apresentada como *teste de lideranças.* A personalidade dos dois principais candidatos é exposta aos leitores convocados a partilhar avaliações apaixonadas de amor e ódio aos duelantes.

A imagem de Tancredo Neves filia-se à constelação mítica que Girardet classifica como o modelo Cincinatus:

A imagem lendária de um velho homem que se tornou ilustre em outros tempos nos trabalhos de paz e da guerra. Sua tarefa é apaziguar, proteger, restaurar. As virtudes que lhe são atribuídas e das quais se espera a salvação da cidade correspondem ao termo

utilizado pelos latinos para designar uma certa forma de exercício da autoridade - provitas: a firmeza na provação; a experiência, a prudência; o comedimento; a moderação(...) Sua ascensão ao poder se faz sempre sem manifestação de ambição intempestiva e no mais estrito respeito às instituições; veicula os valores da ponderação, da justa medida e a desconfiança em relação aos excessos dos ideólogos e aventureiros [7].

Há uma referência histórica, ao peso da lembrança de sua convocação na longínqua década de 60 para ocupar o cargo de primeiro-ministro na solução conciliatória (o Parlamentarismo) que livraria o país de uma guerra civil. Mais de meio século depois, o *velho político* é convocado novamente para salvar o país de outra crise institucional que poderia reverter a transição democrática.

Tancredo Neves encarna o espírito da solução para os problemas nacionais que integra valores antigos e novos sem uma ruptura violenta (ISTOÉ, 8/8/84).

Maluf é apresentado como o vilão caricato: trapaceia, corrompe, mendiga votos, ameaça, mas a que sempre está reservado um final infeliz, em que é desmascarado.

Maluf representa o que de pior produziu o regime militar. Sua força é um sinal terrível do grau de aviltamento a que chegaram os costumes políticos (Coluna Opinião, Isto É, 29/8/84).

Como em uma *campanha direta real* as agencias de publicidade mais festejadas do país são convocadas a participar: a *Agência Salles e DPZ* coordenavam um pool de 15 empresas em todo o país encarregadas de lapidar a imagem do candidato Tancredo Neves. Aciona-se o dispositivo das sondagens eleitorais para mensurar os percentuais de adesão aos candidatos.

A ISTOÉ de 24 de agosto de 1984 traz como tema de capa o resultado da pesquisa IBOPE (contratada pelo semanário em consórcio com o jornal Gazeta Mercantil e a rede de TV Bandeirantes): *Tancredo 63,3%; Maluf 21,2%.*

[7] GIRARDET, Raoul. *Mitos e mitologias políticas*; op. cit.p. 70-74.

Responde-se com cifras á indagação proposta: "de que lado estão as massas?"

Essa preferência permite a Tancredo o conforto de fazer a trajetória de cinco meses até o Colégio Eleitoral nos braços do povo (ISTOÉ, 29/8/84).

Os comícios, as promessas, os programas de governo aconteciam em uma perfeita simulação de uma campanha direta.

O conjunto dos dispositivos enunciativos apontavam para uma mesma direção: se o povo fosse às urnas o resultado seria o mesmo do obtido no Colégio Eleitoral. Ou seja, a legitimidade do vencedor era consagrada pela participação do povo nas "diretas virtuais", que se tornavam hiper-reais: nenhuma vitória foi mais celebrada que a de Tancredo Neves, nada abalava a certeza de que os brasileiros o "elegeram"...

A Ritualização midiática da paixão e morte de Tancredo Neves

Na madrugada do dia 14 de março de 1985, véspera da cerimônia de posse de Tancredo Neves na presidência da República, a notícia do seu internamento para uma cirurgia no Hospital de Base, de Brasília.

O evento recebe na revista ISTOÉ (20 de março) uma dupla e complementar significação: a) a doença é traduzida como inexplicável acidente que "deixa temporariamente fora de combate" o protagonista principal da batalha política pela redemocratização, justamente no momento de sua consagração; b) a missão política de Tancredo entretanto não seria afetada por este "acidente", sinalizava o texto manchete da capa: *Tancredo operado. Sarney toma posse.*

A foto de Ulisses Guimarães no interior de um automóvel cercado de microfones, sugere que é ele quem naquele momento dramático se investe da função de articulador das decisões políticas.

A Estréia da Nova República (título da matéria correspondente ao tema da capa), era também um teste de sua saúde, de sua resistência aos golpes mais rudes.

A doença de Tancredo não impediu uma tranqüila transição do poder (...) O barco não ficará à deriva. Sarney no mesmo dia 15 deu posse ao novo ministério.

Instituições saem reforçadas da crise.

Os números seguintes do semanário (27 de março e 3 de abril) expõem aos leitores o corpo doente do presidente: a minuciosa descrição técnica dos supostos males que o atacam (todo o país ficou familiarizado com a até então desconhecida "diverticulite"); as intervenções cirúrgicas e terapias acionadas para restituir-lhe a higidez.

A política se desloca para o cenário hospitalar, e neste "território" os médicos são os especialistas credenciados a falar sobre o corpo do presidente, a anunciar à Nação sinais de esperança ou ao contrário, de temores.. E ninguém se destacou mais no papel de "porta voz" que o Dr. Pinotti, consagrado no título da matéria:

Novo Herói Nacional: Pinotti opera Tancredo pela segunda vez, garante sua recuperação e tranqüiliza o país.

Um outro capítulo, o "investigativo", é inaugurado quando as perspectivas de recuperação do presidente tornam-se nulas. Os títulos das matérias denunciam mistérios e conspirações que envolveram a "doença" de Tancredo: omissões e imperícias dos médicos; desencontros nos diagnósticos.

Guerra na medicina.

Verdades e mentiras no drama de Tancredo.

Depoimentos desencontrados, informações omitidas, são oferecidas aos leitores como "pistas" ou "suspeitas" que sugerem a existência de um complô que se pretende desvendar. A senha do jornalismo investigativo é: *quem matou Tancredo?*

Erros, omissões, mexericos e ciumeiras prejudicaram Tancredo tanto quanto a própria doença (ISTOÉ, 10-4).

É oportuno lembrar que a morte dos ídolos populares tende sempre em algum momento a ser abordada. pela imprensa como resultante de um "complô": o que há de suspeito no *suicídio* de Vargas?; no *acidente* automobilístico que vitimou Juscelino?; ou na catástrofe que tirou Senna das pistas automobilísticas?

A partir da terceira cirurgia acionam-se os dispositivos narrativos das *estações do calvário* de Tancredo: cada cirurgia é uma prova do seu sacrifício, da sua dor oferecidos em holocausto ao povo brasileiro.

Ganham espaço as vozes dos membros da família, o eco da dor do povo nas ruas, a esperança que agora só pode vir da fé religiosa:

Jorge, o irmão: agora, só Deus (ISTOÉ, 10/4).

Desentranha-se dos gestos flagrados, das palavras ditas, o sentido simbólico do sacrifício político, da auto-imolação que permitem o reconhecimento do estatuto de "*herói e mártir da democracia*": a foto de Tancredo ajoelhado, durante a missa comemorativa que ocorre no dia de sua internação, torna-se uma espécie de ícone do espírito sacrificial que o move.

Duas horas antes de ser levado às pressas ao hospital, Tancredo rezou e fez genuflexão na Catedral de Brasília. Mas já sentia dores e tomava antibióticos por conta própria.

O apelo dramático ao seu médico e amigo particular é também sempre lembrado como prova de seu sacrifício pessoal:

Pelo amor de Deus, segure até que eu assine o termo de posse amanhã.(...) Eu lhe dou um documento isentando-o de culpa (Revista Afinal, 30/4/85).

Descobrem-se curiosos sinais de identificação entre Tancredo e Tiradentes: ambos mineiros de São João Del Rey; ambos supliciados; ambos mortos na mesma data, 21 de abril; ambos mártires da liberdade.

A edição histórica da revista Afinal de 30 de abril de 1985 traz duas matérias que ressaltam este paralelismo simbólico:

• *Tiradentes - Homenagens e coincidências que aproximam Tancredo de seu conterrâneo e grande herói.*

• *A trajetória de um mártir: símbolo da unidade nacional e da luta pela redemocratização, o político Tancredo Neves foi transformado pelo povo e pelo destino em herói e santo* (esta matéria, assinada pelo cientista político Bolívar Lamounier, é ilustrada com duas fotos medalhões de Tancredo e Tiradentes com inscrições das datas de nascimento e morte).

Com a morte de Tancredo Neves a televisão brasileira inaugura em grande estilo os protocolos de espetacularização da morte dos grandes líderes e astros nacionais, tal como destacado na revista Afinal:

Dois milhões nas ruas de São Paulo, meio milhão de brasileiros na frente de um aparelho de TV (...) Os dias de pranto coletivo pela morte de Tancredo democraticamente repartidos entre todas as emissoras através de um pool de imagens transmitidas sem interrupção por 72 horas foram o fecho de um trabalho sem precedentes na história do telejornalismo brasileiro. A mais longa e completa reportagem transmitida pelo vídeo começara 39 dias antes quando uma ainda misteriosa doença arrancara Tancredo Neves das comemorações que o confirmariam como chefe da Nova República para confiná-lo em um leito hospitalar.

Mutações na imagem do presidente José Sarney

Ao vice-presidente José Sarney, político maranhense que representava a dissidência do PDS na composição da *Frente Liberal,* estava reservado um obscuro lugar na cena política.

Por um golpe do destino, a morte do presidente eleito no Colégio Eleitoral, Tancredo Neves, Sarney foi conduzido à presidência do país.

Em um primeiro momento ele se investe na imagem que lhe foi oferecida, a de *ghost* presidente, ou seja, sua legitimidade se expressa como presentificação das intenções e projetos de um outro ausente, *o verdadeiro presidente.*

A capa da ISTOÉ de 3 de abril de 1985 é uma construção metafórica da imagem *ghost* de Sarney: o quadro aposto na parede ao fundo com a foto de Tancredo Neves remete ao presidente "real", contrasta com a fotografia legendada: *Sarney Governa.*

A matéria de abertura da Revista *Afinal,* edição histórica de 30/4/85, é ilustrativa da imagem "ghost' atribuída à Sarney: sob o título "Ele disse", são apresentadas entre aspas (marca de uma citação literal) as palavras "sagradas" do presidente Tancredo Ne-

ves sobre as grandes questões nacionais, seguidas de uma breve síntese das medidas tomadas pelo presidente empossado, José Sarney. O leitor é convidado a estabelecer um confronto: até que ponto a *sombra* é uma reprodução fiel do *original?*

As palavras proferidas por Sarney na solenidade de sua posse confirmam à Nação a certeza de ele será o *Outro ausente:*

Serei maior do que eu mesmo. (Texto legenda da foto de Sarney publicada na Revista Afinal).

Promessa vã. Se a imagem fantasma era a única que naquele cenário poderia legitimar Sarney, era também certo que ela não poderia manter-se para além do curto intervalo de tempo da comoção nacional.

Logo se "descobre" que Sarney não pode ser Tancredo, e a mídia assume a tarefa de reverter o encanto: ele volta ser o que era antes, um simples mortal.

A erosão da imagem do presidente Sarney é patente nas matérias publicadas na ISTOÉ entre maio de 1985 a fevereiro de 1986, tal como sintetizado no texto do editorial abaixo transcrito:

Está na moda falar mal do presidente José Sarney. Aquele ambiente eufórico das primeiras semanas que antecederam à posse do chefe da Nova República transformou-se em agourenta expectativa pelo pior (ISTOÉ, 19/7/85).

A coluna *Semana do Castelo* de 8/6/86 tece sob o título *Equações de 86* sombrios prognósticos eleitorais para o *PMDB.*

A matéria *Independência ou Morte* (ISTOÉ, 26/2/86) analisa a rebelião do PMDB ao comando do presidente Sarney que teria "pefelizado" o governo com a reforma ministerial de fevereiro. Exorcizar a imagem mal-amada de Sarney era assim um exigência de sobrevivência do PMDB em um ano eleitoral.

O PMDB interdita o presidente Sarney do direito de uso da sua marca, a de *Nova República:* ganham visibilidade as suas ligações com a velha Arena, com o PDS; suas raízes na *política coronelista* do Maranhão são postas à mostra.

O expurgo das relações indesejáveis entre o PMDB e a imagem do presidente Sarney é sugerido na indagação do senador e ex-líder do governo no Congresso, Fernando Henrique Cardoso:

Não seria o caso de devolver simbolicamente aos liberais do Antigo Regime a responsabilidade pelo governo da transição? (ISTOÉ, 26/2/86).

Nada levava a supor que ainda no último dia do mesmo mês, fevereiro, a imagem do presidente Sarney passaria por uma mutação espetacular. A assinatura do pacote econômico que instituía uma nova moeda, o Cruzado, e decretava o fim da inflação com o congelamento dos preços dá início à *Era Cruzado* ou *Era Sarney*, saudada como início de um tempo de grandes transformações.

A partir de 28 de fevereiro *Sarney volta a ser Sarney* e atinge meteoricamente o ápice do estrelato político.

É farta e generosa a adjetivação através da qual a troca de sinais da imagem de Sarney se opera:

Antes do Cruzado	**Depois do Cruzado**
Fraco	Forte
Lento	Rápido
Inábil	Destro
Indeciso	Destemido

Sarney convoca os brasileiros através de rede nacional de TV a estabelecer com ele um vínculo de parceria na grande batalha cívica contra a inflação:

Havia-se estabelecido um vínculo direto, sem intermediários entre a massa da população e o presidente (...) A popularidade ele a foi procurar no contato direto com o povo, junto ao poder oficioso da República, a televisão (ISTOÉ, 19/3/86).

O título do editorial da ISTOÉ de 19 de março de 86 estabelece um paralelo entre José Sarney e o ex-presidente Juscelino Kubitschek, *Dois Grandes Presidentes:*

Esse março do primeiro ano de governo fará de José Sarney um dos raros presidentes que conseguiram mudar a vida da sociedade brasileira.

A matéria *O Preço do Sucesso* (ISTOÉ, 30/4/86), ressalta os contratempos do estrelato político vividos pelo presidente que alcançava o inédito índice de 92% de aprovação popular:

Na Praça dos Três Poderes, aglomeram-se alguns milhares de pessoas dispostas a ver e, o que é inquietante (para os responsáveis pela segurança pessoal do presidente) tocar e falar com o presidente.

O batismo da nova moeda se fez sob inspiração publicitária: o nome *Cruzado* foi escolhido por um publicitário, Roberto Duailibi, especialista em criação de *marcas* de sucesso. O nome *Cruzado* (antigo nome da moeda brasileira) evocava um tempo mítico, o da fartura e estabilidade do Império, (a expressão popular *amarrar cachorro com lingüiça* é uma síntese da nostalgia dos "velhos tempos"); sugere também espírito de luta: um "soco Cruzado" no maior dos inimigos do País, a inflação.

Tudo se conjugava assim para inflar a imagem de Sarney como pai da nova moeda, alterando substancialmente o Cenário de Representação da política no ano eleitoral de 1986.

Os primeiros movimentos da mídia são endereçados a decifrar pedagogicamente aos atônitos brasileiros os meandros e virtudes do "pacote econômico".

Uma cédula de um cruzado com o timbre do Banco Central foi a capa da ISTOÉ de 5 de março, acompanhada da manchete que prometia elucidar todas as dúvidas e apaziguar todos os temores:

O que vai acontecer com o seu dinheiro.

Os economistas autores da fórmula miraculosa tiveram os seus dias de glória: ocupavam os noticiários e eram as estrelas dos *talk shows* onde descreviam, explicavam e exaltavam as virtudes de sua obra.

A economista Maria Conceição Tavares, conhecida por suas posições de crítica ferrenha ao governo mentos oposicionistas, adere ao Plano Cruzado, com emoção regada a lágrimas que as câmaras da Globo captam para todo país. Na condição de exmestra de alguns dos festejados membros da equipe econômica do governo ela avaliza e se rejubila com as engenhosas realizações de seus pupilos. A capa da ISTOÉ de 19 de março a consagra como *Guerreira do Pacote*, e *Musa do Cruzado*, símbolo da comunhão cívica entre povo e governo:

"Ela virou um símbolo. Assim como Fafá de Belém cantando o hino nacional marcou a morte de Tancredo, Conceição chorando na TV transformou-se no símbolo desse momento de solidariedade entre o governo e o povo (ISTOÉ), 19/3/86).

A exaltação da Era Cruzado não era celebrada apenas por seus aspectos econômicos, mas também por sua dimensão de "moralidade cívica":

Brasil passado a limpo (Capa da ISTOÉ, 12/3/86).

Como em um outro país: o Cruzado não é só cruzeiro menos três zeros (ISTOÉ, 5/3/86).

Desde sua primeira aparição na TV, o presidente Sarney convoca "brasileiros e brasileiras" para partilhar com ele a tarefa de salvar o país da inflação. E o povo convocado responde ao chamado perfilando-se no exército dos "fiscais do Sarney". Alguns gestos de coragem e audácia de "pessoas comuns" transformadas em combativos "fiscais" foram flagradas e notabilizados através da TV, jornais e revistas.

Para quem viu os telejornais de sábado dia 1º. tudo começou em Curitiba onde o comerciante Omar Marazuynski, 43 anos, pai de dois filhos, foi filmado ao fechar um supermercado remarcador com a autoridade de fiscal do presidente Sarney (ISTOÉ, março de 1986).

Em um cenário de batalha cívica quem não é aliado do Plano Cruzado é execrado como inimigo do país. Os opositores são desqualificados e denunciados publicamente:

PT - malufada pela esquerda: o deputado Paulo Salim Maluf do PDS e Luís Inácio da Silva, presidente do PT ,têm-se igualado na acidez com que combatem o Governo da Nova República (ISTO É, 12/4/86).

Brizola desdobrou-se em habilidades histriônicas para embalar seu projeto político (...) Como homem de oposição sente-se no dever de desmentir os técnicos do governo que garantiram o tabelamento de preços (ISTOÉ, 12/3/86).

As greves são apontadas como complô que ameaça o país e que é necessário desarmar:

Trombada no pacote: ferroviários cariocas avançam o sinal(...) Poucos trabalhadores não ferroviários acharam graça no

sacrifício destinado a dar a uma categoria isolada um privilégio, principalmente porque esta vitória pode vitimar o popular pacote econômico que resultou no congelamento de preços e no fim da inflação galopante de antes de março (ISTOÉ, março de 86).

Os remarcadores de preços, são "maus empresários e comerciantes" que na calada da noite sabotam o Plano de salvação nacional:

O presidente abriu a temporada de caça aos especuladores e vamos caçar com ele (depoimento do prefeito de Rio Claro, SP, após mandar fechar um supermercado da Rede Pão de Açúcar, publicado na ISTO É, 12/3/86).

Em junho de 1986, quando têm início as crises no abastecimento de gêneros alimentícios, de modo especial de carne bovina, a frustração dos consumidores é consolada pela promessa de que as correções de rota e as medidas de força contra os especuladores garantiriam a vitória do Cruzado.

Estabilidade até as últimas conseqüências: governo reage à ofensiva contra o Plano Cruzado com as armas que um Estado forte lhe dá (ISTOÉ, 23/10/86).

Lição de força: o governo dá um boi para não brigar, mas desapropria uma boiada para não perder as eleições (ISTO É, 15/10/86).

Os percalços do Plano Cruzado são contrabalançados com as boas novas da festa do consumo da qual participavam camadas da população antes excluídas. As medidas de contenção do consumo editadas em julho (imposto compulsório sobre os combustíveis; compra de carros novo; e viagens ao exterior) penalizariam apenas aos mais ricos, reforçando a intenção de defender os consumidores de baixa renda.

A ousadia de Sarney: o presidente convoca as massas e contém o consumo da classe média às vésperas da eleição.

Prova de força: Sarney voa acima dos partidos, convoca o povo e arrisca o prestígio no compulsório.

O Plano Cruzado funcionou como âncora da imagem positiva de Sarney e do PMDB até que as urnas de 15 novembro fossem lacradas.

Em dezembro de 1986 o Cruzado II encerra o ciclo ascendente da imagem do presidente. A Era Sarney chega ao fim.

Imagens coladas e escoladas do cenário de representação da política

Se até fevereiro de 1986 o PMDB ensaiava publicamente o seu descolamento da imagem do presidente Sarney, após o anúncio do Plano Cruzado desencadeia-se a operação inversa de fusão das duas imagens: Sarney é o PMDB e o PMDB é Sarney.

A matéria *Tempo de Conversão - os políticos se adaptam à nova realidade* (ISTOÉ, 12/3/86) elucida aspectos do mencionado deslocamento de imagens políticas no novo cenário gestado pelo Cruzado.

Os "rebeldes" do PMDB abandonam as ácidas críticas ao presidente e rendem-se à atmosfera de otimismo nacional. Rendem-se às evidências de que o único *script* a seguir era o do *sim* entusiástico que os colocava sob a sombra da imagem do pai do Cruzado, o presidente Sarney.

O PMDB recicla sua imagem reivindicando para si a condição de "partido do presidente".Busca abrigo no calor daquele que era o astro com luz própria.

Os candidatos às eleições de novembro à Constituinte ou aos governos dos Estados obrigam-se não apenas a converter seus orçamentos de campanhas de cruzeiros em cruzados. Terão que converter os seus próprios programas à nova realidade política que na explosão dos primeiros dias pretende banir o pessimismo nacional (ISTOÉ, 12/3/86).

O PMDB apressa-se em tornar pública, através da voz do seu mais notável membro, o deputado Ulisses Guimarães, a sua adesão ao Cruzado. Sarney já não é mais um hóspede incômodo do partido mas o provedor mor da energia que o conduzirá 'à maior vitória de toda a sua história.

O presidente do partido Ulisses Guimarães retemperou-se das desavenças com o governo nascidas após a reforma do ministério de Sarney e encerrou a semana com um inquebrantável otimismo.

Propôs uma campanha nacional de esclarecimento e apoio ao governo ("será tão grande como a Campanha das Diretas") e reivindicou uma cadeia nacional de rádio e televisão para informar ao povo que as mudanças pertencem ao PMDB (ISTOÉ, 12/3/86).

Não apenas os políticos do PMDB buscavam abrigo na popularidade do presidente. Nos diferentes Estados onde o PMDB e o PFL lançaram candidatos próprios ao governo os disputantes se esforçavam para provar ao eleitorado *quem era mais Sarney.*

Excetuando-se os candidatos e partidos (PT e PDT) que por dever de ofício permaneceram na oposição, e que regra geral tiveram um fraco desempenho nas urnas, as campanhas estaduais em 1986 foram monocórdias nos louvores ao Plano Cruzado e ao seu criador, o presidente Sarney.

O cenário de representação da política centrado na imagem Cruzado-Sarney foi sem dúvida decisivo para viabilizar ou inviabilizar candidaturas.

Os resultados eleitorais não deixam dúvidas que o PMDB foi o maior beneficiário do cenário de representação construído a partir dos significados e simbolismos de que era portador o Plano Cruzado[8].

Esta experiência de mutação instantânea e avassaladora de imagens políticas desestabilizando cenários eleitorais em curso repetiu-se com sucesso em 1994 com a eleição de Fernando Henrique a presidência do país já no 1°. turno.[9]

O exercício do poder é revitalizado como lugar privilegiado de construção de imagens políticas cuja força reside na possibilidade de uma demonstração material e antecipada do que se promete.

Em tempos midiáticos uma gerência cuidadosa, em alguns casos audaciosa, da imagem dos governantes, pode abrir caminho para novas formas de continuidade política.

---

[8] Em 22 Estados elegeu os governadores e 52,5% dos integrantes da Câmara de Deputados. Foi a maior vitória eleitoral do país, suplantando inclusive o recorde da ARENA nas eleições de 1966, quando elegeu 50,5% da bancada de deputados federais.

[9] Ver o texto *Eleições Presidenciais de 1994*: reflexões sobre o padrão mediático da política apresentado no 1º Encontro Nacional de Política e Media, realizado em Salvador de 14 a 16 de sezembro de ... ?

Bibliografia

ARENDT, Hannah. *A Dignidade da Política*. Ed. Relume-Dumara, Rio de Janeiro 1993.

AUGRAS, Monique. *Opinião Púiblica. Teoria e Pesquisa.* Ed. Vozes; Rio de Janeiro, 1970.

BARBERO, Jesus Martin. *De Los Medios a las Mediaciones Comunicacion, Cultura y Hegemonia.* : Edições G Gibi, S.A. de CV; México; 1987.

BARTHES, Roland. *Mitologias.* 9 ed.; Ed. Bertrand ; Rio de Janeiro, 1993.

BARREIRA, Irlys F.A. *A Representação como Espelho: Universo Cultural e Político das Candidaturas Populares.* In: Revista Brasileira de Ciências Sociais da Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Nº 26. São Paulo: 1994.

BAUDRILLARD, Jean. *A Comunicação e os Paradoxos da Contemporaneidade.* In: Textos de Cultura e Comunicação nº 28. Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Salvador-Bahia: UFBA, 1992.

____. *A Sombra das Maiorias Silenciosas* - O Fim do Social e da Política, o Surgimento das Massas. 2 ed. Brasiliense; São Paulo:, 1982.

BENJAMIM, Walter. *Obras Escolhidas.* Magia e Técnica, Arte e Política. Vol. I: ed. Brasiliense; São Paulo; 1985.

BERGER e LUCKMANN. *A Construção da Realidade Social;* 9ª. edição; ed. Vozes; Rio de Janeiro; 1985.

BOBBIO, Norberto e BOVERO, Michelangelo. *Sociedade e Estado na Filosofia Política Moderna.* 2 ed. São Paulo: Brasiliense; 1987.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico.* Ed. Bertrand; Rio de Janeiro, 1989.

BURKE, Peter. *A Fabricação do Rei - A Construção da Imagem Púiblica de Luis XIV.* Zahar Editores; Rio de Janeiro; 1994.

CARVALHO, Rejane Vasconcelos Accioly. *Eleições Presidenciais de 1994: Algumas Reflexões sobre o Padrão Midiático da Política.* Texto apresentado no 1º Encontro Nacional de Estudos sobre Comunicação e Política. Salvador: 1994.

_____. *Política e Estética Publicitária: a recente experiência brasileira*; Cadernos de Ciências Sociais - Série Estudos e Pesquisas nº 26; NEPS/ Programa de Pós -Graduação em Sociologia UFC; Fortaleza; 1994

CASTORIADIS, Cornelius. *A Instituição Imaginária da Sociedade;* ed. Paz e Terra; Rio de Janeiro; 1982.
DEBRAY, Régis. *Vida e Morte da Imagem - Uma História do Olhar no Ocidente.* ed. Vozes, Rio de Janeiro: 1992
DELEUSE, Giles. *Lógica do Sentido.* São Paulo: Ed. Perspectiva, 1994.
_____. *A Imagem-Tempo.* São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985.
DETIENNE, Marcel. *A Invenção da Mitologia.* Rio de Janeiro: Ed. José Olympio-Edunb, 1992.
DUVERGER, Maurice. *Os Partidos Políticos.* Rio de Janeiro/Brasília; Zahar/ UNB; 1980
ECO, Humberto. *Viagem na Irrealidade Cotidiana.* Ed. Nova Fronteira; Rio de Janeiro, 1984.
ELIADE, Mircea. *Imagens e Símbolos - Ensaio Sobre o Simbolismo Mágico-Religioso.* São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1986.
FAORO, Raymundo. *Os Donos do Poder: Formação do Patronato Político no Brasil;* ed. Globo; São Paulo; 1979.
FAUSTO, Antônio Neto. *O Presidente na Televisão.* In: Comunicação e Política nº 11. São Paulo:
CEBELA, Ed. Oito de Março, 1990.
FLEISCHER, David (org). *Da Distensão à Abertura - As Eleições de 1982;* ed. UNB; Brasília; 1988.
FOUCAULT, Michael. *A Governabilidade; O nascimento da Clínica* e *Casa dos Loucos.* In: Micro-Física do Poder. 2 ed. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1979.
GIRARDET, Raoul. *Mitos e Mitologias Políticas.* Companhia das Letras; São Paulo 1987.
GOMES, Wilson. *Esfera Pública, Política e Midia: com Habermas e contra Habermas;* texto apresentado no VI Encontro Anual da Compós, Rio Grande do Sul; 1997.
GRANDI, Rodolfo, MARINS, Alexandre e FALCÃO, Eduardo. (organizadores). *Voto é Marketing... O Resto é Política.* Estratégias Eleitorais Competitivas; Edições Loyola, São Paulo; 1992.
HABERMAS, Jürgen. *Mudança Estrutural na Esfera Pública.* Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro;1978.
HOLLANDA, Heloiza Buarque. (Org.). *Pós-Modernismo e Política.* Ed. Rocco; Rio de Janeiro; 1991.

LAMOUNIER, Bolivar (Org.). *Voto de Desconfiança - Eleições e Mudança Política no Brasil, 1970-1970.* Rio de Janeiro: Ed. Vozes - CEBRAP, 1980.

____. *Depois da Transição - Democracia e Eleições no Governo Collor.* São Paulo: Edições Loyola, 1991.

____. *Partidos e Utopia - O Brasil no Limiar dos anos 90.* São Paulo: Edições Loyola, 1989.

LIMA, Venício A. *CR-P: Novos Aspectos Teóricos e Implicações para a Análise Política.* Texto apresentado no 1º Encontro Nacional de Estudos sobre Comunicação e Política. Salvador; 1994.

____. *Televisão e Poder:* a hipótese do cenário de representação da política". In: Comunicação & Política. vol. nº 1, agosto-novembro de 1994 - O Enredo Eleitoral. Rio de Janeiro: CEBELA, 1994.

LIPOVETSKY, G. *O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*; Companhia das Letras; São Paulo; 1989.

MAINGUENEAU, Dominique - *Novas Tendências em Análise do Discurso.* Campinas-São Paulo: Editora UNICAMP, 1989.

MAQUIAVEL. *O Príncipe.* Rio de Janeiro: Editora Rio, 1979.

MARCONDES, Ciro Filho. *Política e Imaginário nos Meios de Comunicação para Massas no Brasil*; Summus Editorial, São Paulo: 1985.

MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da Sociedade Industrial.* 6ª ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

MATOS, Heloisa (Org.). *Midia, Eleições e Democracia.* 1ª. ed. São Paulo: Editora Página Aberta, 1994.

NIVALDO, José Júnior. *Maquiavel, O Poder - História e Marketing.* Recife: Makplan, 1991.

ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira - Cultura Brasileira e Indústria Cultura.* 3ª. ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1991.

PIERRE, Claude. *As Liturgias Políticas.* Rio de Janeiro: Imago Editora, 1988.

RAMOS, Murilo César. *O papel dos meios de comunicação de massa na abertura política brasileira: da sístole à diástole* in Comunicação e Transição Democrática; Série Novas Perpectivas; ed. Mercado Aberto; Porto Alegre; 1985

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da Comunicação - Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade.* 1ª. ed. Editorial Presença, Lisboa; 1990.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e Política: Enigma Contemporâneo.* In: Comunicação & Política nº 11. São Paulo: CEBELA Ed. Oito de Março, 1990.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gerard. *O Estado Espetáculo - ensaio sobre e contra o Star System em Política;* ed. Difel; São Paulo; 1978.

SENNET, Richard. *O Declínio do Homem Público - As Tiranias da Intimidade.* São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

VERON, Eliseo. *A Produção do Sentido.* São Paulo: Ed. Cultrix - Editora USP, 1980.

_____. *Construir el Acontecimiento.* Buenos Aires - Argentina: Editorial Gedisa S.A., 1987.

WEBER, Maria Helena. *Ditadura e Sedução - Redes de Comunicação e Coerção,* texto apresentado no III Encontro Anual da Compós; Campinas, SP; 1994

_____. *Pedagogias de Despolitização e Desqualificação da Política Brasileira* in Comunicação & Política, no. 11; CEBEL/ Editora Oito de Março, RJ 1994.

WEBER, Max. *Economia e Sociedade;* vol. 1; editora UNB; Brasília; 1991.